

L'art et l'économie

GUY BELLAVANCE

Directeur du laboratoire de recherche Innovation, Culture et Ville de l'Institut national de la recherche scientifique; coordonnateur du Réseau interuniversitaire arts, culture, société, et représentant de la communauté universitaire à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

PROPOS RECUEILLIS PAR FABIENNE CABADO

La conception de la démocratisation de la culture est calquée sur le modèle de la télévision : on évalue les retombées d'après la fréquentation et non la qualité.

Ce qui a le plus évolué au cours des 40 dernières années, dans le domaine des arts, c'est la croissance des industries culturelles et le rapprochement entre l'économie et la culture. Les sources de financement ont beaucoup augmenté mais, dans la même période, la proportion d'artistes a quadruplé ou quintuplé. Il y a une congestion aux portes et les modalités de financement n'ont pas évolué au rythme des milieux artistiques. Le système de subventions fonctionne par projet et crée un mode d'organisation discontinu chez les créateurs. Une part d'entre eux remporte le gros lot, mais une autre part alimente un important bassin de réservistes.

Dans ce contexte, les artistes sont devenus des *portfolio workers*, modèle que l'on retrouve dans les secteurs qu'investissent les travailleurs autonomes. La réputation et les réseaux sociaux sont devenus extrêmement importants pour assurer les conditions de la création et la logique entrepreneuriale acquiert de la légitimité. Aujourd'hui, les artistes rédigent des C.V., développent des stratégies de pénétration des marchés et s'ouvrent



à l'international. De plus en plus, ils refusent l'idée d'un métier d'appoint et veulent une carrière en création à plein temps, ce qui n'est pas toujours possible. Car l'art reste une relation d'individu à individu et certaines formes d'art s'adaptent mal à la communication de masse. Par ailleurs, les pouvoirs publics entretiennent une crainte de l'élitisme, le soutien aux arts se fait de moins en moins au nom de la culture et davantage dans une optique de prospérité économique. La conception de la démocratisation de la culture est calquée sur le modèle de la télévision: on évalue les retombées d'après la fréquentation et non la qualité.

Du côté du public, même si l'offre reste supérieure à la demande, on enregistre un meilleur taux de participation et la créativité se diffuse dans les autres sphères professionnelles. Elle est non seulement admise mais aussi valorisée dans l'économie, le management, les technologies scientifiques, etc., et l'on assiste à l'émergence de nombreux métiers créatifs.

Aujourd'hui, les artistes rédigent des C.V., développent des stratégies de pénétration des marchés et s'ouvrent à l'international. (...) Ils refusent l'idée d'un métier d'appoint et veulent une carrière en création à plein temps.